e-guía Municipal

Industrias Culturales de Andalucía

e-guía / Nº 1

PERIFÉRICOS

ETNOSUR

GUÍAS FAMP DE EVALUACIÓN DE SERVICIOS Y POLÍTICAS CULTURALES MUNICIPALES

FEDERACIÓN ANDALUZA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE CULTURA

Esta publicación electrónica denominada “E-Guía Municipal Industrias Culturales de Andalucía “ se corresponde con uno de los resultados esperados dentro del Proyecto “E-Museo Local de Andalucía y Otras Actuaciones en Red “aprobado en el marco de la Resolución de 11 de Noviembre de 2008, de la Dirección General de Políticas e Industrias Culturales del Ministerio de Cultura, pretende recoger las diferentes actividades que en los municipios andaluces se están realizando para el fomento de la Industrias Culturales, como estrategia de acción vinculada a la mejora de los servicios públicos y al desarrollo local sostenible.

Edición digital Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP) Con la Colaboración del Ministerio de Cultura **Coordinación** FAMP **© de esta edición** FAMP

e-guía

Industrias Culturales de Andalucía

FAMP	INDUSTRIAS CULTURALES	5
ENTREVISTA	PLAN DE FOMENTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES. FOMENTAR NUEVOS PRODUCTOS ARTÍSTICOS DIGITALES	7
NOTAS	SEMINARIO PRODUCTIVO-FORMATIVO "DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE: LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN ANDALUCÍA.	11
BUENAS PRÁCTICAS	ETNOSUR	23
	PERIFÉRICOS	25
RESEÑAS	GUÍAS FAMP DE EVALUACIÓN DE SERVICIOS y POLÍTICAS CULTURALES MUNICIPALES.	28
	EL OBSERVATORIO CULTURAL DEL PROYECTO ATALAYA Y LA FAMP: UNA ALIANZA NATURAL DE CONOCIMIENTO.	31
HOJA DE RUTA	HOJA DE RUTA LOCAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN ANDALUCÍA	32

FEDERACIÓN ANDALUZA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE CULTURA

FAMP
Industrias culturales

Leocadio Marín
Presidente de la Comisión de Cultura y Patrimonio Histórico de la FAMP y Alcalde de Baeza.

Este segundo boletín rinde homenaje a la actividad que durante el año, 2009 se ha celebrado “Año Europeo de la Creatividad y la Innovación a través de la Educación y la Cultura,” y recoge lo que desde la FAMP, por tal motivo, organizamos: el Seminario “Desarrollo Local Sostenible: las industrias culturales en Andalucía”, el cual tenia como uno de los objetivos fundamentales abrir espacios para la reflexión y el debate en torno a nociones y conceptos claves de la gestión pública e intercambiar experiencias que sirvan para fijar una “Hoja de Ruta para un Desarrollo Local Más Sostenible” basado en el potencial de las Industrias Culturales Locales.

El sector cultural, en el cual se encuentran incardinadas las industrias culturales, abarca un conjunto de ámbitos de actividades económicas e industriales muy amplio, incluyendo actividades relacionadas con el patrimonio, la literatura, la música, las artes del espectáculo, los medios de comunicación, los audiovisuales, … dichas industrias culturales se manifiestan simultáneamente como motor del empleo y catalizador de la identidad local, regional, nacional y europea.

El tema tratado por el seminario se constituye como un verdadero reto para el futuro de la Cultura desde lo Local; sin duda, un instrumento de actuación de primer orden para lograr los objetivos de la Estrategia de Lisboa para hacer de la Unión Europea en 2010 “la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de un crecimiento sostenible con más y mejores puestos de trabajo y mayor cohesión social”.

La Cultura se constituye, aparte de su importante función social, también como una oportunidad de negocio, y así lo reconocen los actores implicados tanto en el ámbito

público como el privado. Esta razón, hace necesaria la aparición de herramientas y procesos, como los que pretendemos apoyar y desarrollar desde la FAMP, que no son otros más que la visibilización del potencial endógeno local como una vía para la implementación y la acción del Desarrollo Local en Andalucía.

La intervención local debe comenzar por la identificación, descripción y dirección de una red, en la que actúan los agentes implicado. Lo importante es escuchar, relacionarse y liderar grupos de ciudadanos y ciudadanas, asociaciones y gestores culturales; a la vez que se articulan las responsabilidades del gobierno local a un nivel más institucional, y además se plantea la relación con la parte más periférica del gobierno autonómico y estatal. El establecimiento de métodos de trabajo debe contribuir a recopilar datos, proponer y desarrollar métodos y, a establecer REDES y diferentes tipos de cooperación; contribuyendo así a la consecución de los objetivos que en estas competencias se recogen en la Ley de Bases de Desarrollo local. En definitiva, esta es una nueva muestra de la estrategia de acción de la FAMP, en el campo de la cultura, y con ella los Gobiernos Locales de Andalucía vinculada a los Nuevos modelos de Gobernanza Local.

PLAN DE FOMENTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES. FOMENTAR NUEVOS PRODUCTOS ARTÍSTICOS DIGITALES.

Entrevista a Dª Reyes Feito
Subdirectora General De Industrias Culturales
Gobierno De España - Ministerio De Cultura

P En este nuevo mandato electoral el Ministerio de Cultura ha iniciado una apuesta, política, por las Industrias Culturales como una variante más de las políticas sectoriales de las diferentes Direcciones Generales tradicionales ¿ cual es la importancia que le ven para ello?

R Se trata de un compromiso asumido por el Gobierno y que consiste en dar un tratamiento específico a las industrias culturales. Para ello, primero se modificó la estructura del Ministerio de Cultura a través de la creación de la Dirección General de Políticas de Industrias Culturales que, junto con las funciones tradicionales de cooperación cultural, asume las nuevas funciones de fomento de las industrias culturales, a través de, la también nueva, Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y de Fundaciones y Mecenazgo y, segundo, se elabora el Plan de Fomento de las Industrias Culturales.

P ¿cómo se materializa ese interés?

R El I Plan de Fomento de Industrias Culturales que se presentó a finales del año 2008 y se ha desarrollado durante 2009, además de dar cumplimiento al compromiso del Gobierno, pretendía paliar los efectos de la crisis financiera internacional sobre la creación de riqueza y la generación de empleo en este sector. Para ello, se arbitraron una serie de programas en los que se conjugan las subvenciones en régimen de concurrencia competitiva con nuevos mecanismos de financiación como, por ejemplo, la obtención de créditos reembolsables a través de la línea ICO.

P ¿ Hay estudios que nos referencien el sector o sectores comprendidos?

R Desde hace años el Ministerio de Cultura trata de referenciar al sector a través de los estudios que se realizan desde la División de Estadísticas dependiente de la Secretaría General Técnica. Concretamente, a través del sistema CULTURAbase (utilizado para el almacenamiento y difusión de resultados estadísticos del ámbito cultural en Internet), del Anuario de Estadísticas Culturales, de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España y, más recientemente, a través de la Cuenta Satélite de la Cultura.

Gracias a estos estudios, se sabe que, en grandes cifras,las Industrias Culturales representan del 4% del PIB y emplean a cerca de 800.000 trabajadores

P Cuales son las principales características de las empresas culturales.

R Nuestra Industria Cultural está constituido por un entramado de empresas de pequeño tamaño, con escasa experiencia gerencial y con carencias en su internacionalización; todo ello, acrecienta sus dificultades a la hora de obtener recursos para la financiación de sus proyectos, debido en gran medida al hecho de que elabora y produce bienes intangibles de difícil valoración económica. .

P Prácticamente el año esta ya vencido y en el anterior boletín ya se marcaron las líneas generales del Plan de fomento de Industrias Culturales y lo ha explicitado en su conferencia en las Jornadas ¿Cuándo y como empezamos la cuenta nueva?

R Una vez culminado el I Plan de Fomento de Industrias Culturales, hemos analizado el resultado de cada uno de los programas y, con los datos obtenidos, hemos realizado el II Plan de Fomento de Industrias Culturales que entra en vigor a principios de 2010. Este segundo Plan es continuista del anterior, con algunas modificaciones pero, en principio pretende fomentar al sector en su conjunto, partiendo de la capacitación de aquéllos que quieran acercarse a este sector, pasando por la formación de los que ya son profesionales para, terminar con las ayudas no reembolsables tanto a las empresas como al tercer sector, para terminar con los préstamos reembolsables a las pymes y a las grandes empresas.

P ¿Cual es el objetivo fundamental de la nueva normativa?

R Podríamos decir que la misma esta encaminadas a mejorar la estructura y organización del sector de las industrias culturales, a fin de incrementar su capacidad de generar empleo, mejorar su productividad y su competitividad nacional e internacional, promover y apoyar la labor de creadores y emprendedores culturales, priorizando el apoyo a las PYMES y favorecer la internacionalización de las industrias culturales apoyando la con-

strucción de redes o plataformas de cooperación.

P ¿Destacaría alguna finalidad concreta?

R Sin pretender valorar ninguna más que otra, citaría el intento de fomentar nuevos productos artísticos digitales, o el interés por la implantación de las nuevas tecnologías en las actividades culturales, principalmente, en su distribución así como una actividad, que es de las más propias de las competencias del Estado en cultura, como es favorecer el desarrollo de los vínculos culturales entre las Comunidades Autónomas
Me gustaría citar también el fomento de la creatividad en las escuelas y .el fomento de respeto hacia la creación que, desde el Ministerio de Cultura y Educación se realiza a través de los premios Crearte.

P ¿Las decisiones se toman desde la Dirección General?

R Si se refiere a la toma de decisiones en relación con las subvenciones concedidas para el fomento de las industrias culturales en régimen de concurrencia competitiva, ciertamente, las convocatorias se realizan por la Dirección General de Políticas de Industrias Culturales pero, como se indica en las propias convocatorias, la concesión de las ayudas se realiza a través de las Comisiones de Valoración creadas al efecto y, lógicamente, de acuerdo con los criterios de valoración previamente fijados en la propia convocatoria.

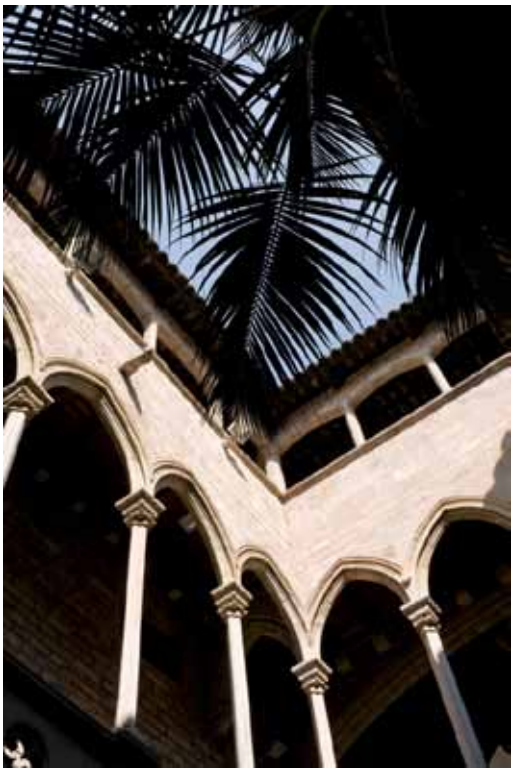
P En la fecha en la que estamos es ya prácticamente momento de hacer balance del año que esta acabando ¿ que nos podría decir del funcionamiento del primer año completo de la nueva Dirección General?

R El balance ha sido muy positivo pues hemos apoyado financieramente, con 28.140.000 euros, la innovación tecnológica y el desarrollo de proyectos culturales de más de 450 organizaciones españolas, entre las que se encuentran empresas, fundaciones y asociaciones sin ánimo de lucro. Además hemos considerado de importancia estratégica el apoyo a la formación de jóvenes profesionales españoles en materias culturales, artísticas y de gestión cultural; por ello se han destinado 2.100.000 euros al fomento de la creatividad en los centros educativos españoles, a la formación exterior de jóvenes profesionales y a la realización de prácticas y becas tanto en instituciones españolas como en aquéllas que se encuentran fuera de nuestras fronteras.

P ¿ Cuál ha sido el presupuesto destinado en total al fomento de las industrias culturales durante 2009 en el Ministerio de Cultura?

R El Plan de Fomento de Industrias Culturales 2009 se enmarca dentro de una ambiciosa política del Ministerio de Cultura en la que también se encuentran otras importantes actuaciones con fuerte incidencia en el fomento de las industrias culturales.

En materia de promoción cultural, en la que se encuadra el presente Plan, se han realizado otras acciones con impacto sobre las industrias culturales, ascendiendo a 54.671.000 euros el total de transferencias corrientes y de capital realizadas. El sector del libro ha contado durante el 2009



con una inversión de 33.918.000 euros, la promoción del arte español y la conservación del patrimonio ha supuesto una inversión total de 26.743.000 euros, para la música y las artes escénicas se han destinado 78.163.000 euros y para la industria cinematográfica 103.739.000 euros.

Mediante todas estas iniciativas, el Ministerio de Cultura ha realizado en el 2009 una ambiciona inversión total de 297.234.000 euros destinados al apoyo, desarrollo y fortalecimiento de la cultura española, y se ha dado cumplimiento al compromiso asumido por el Gobierno de contribuir al nacimiento y consolidación de nuevos proyectos y empresas del sector cultural

P ¿Tiene alguna intervención más el Ministerio de Cultura en el amplio campo de la Industrias Culturales?

R Hay que considerar que las competencias del Ministerio en Cultura las tiene fundamentalmente repartidas entre los diferentes órganos de su estructura administrativa y que en ellos se relacionan casi todas las actividades que hoy se recogen en la denominación de Industrias Culturales, por tanto el Ministerio aporta en sus distintos sectores cantidades del tipo de: Sector libro: 33.918.000 €; Promoción arte español y conservación PH: 26.743.000 €; Música y Artes Escénicas: 78.163.000; Industria Cinematográfica: 103.739.000 €.
Eso sin contar aquellas otras que pueda realizar a través de sus organismos tipo museos, biblioteca nacional, archivos, etc.

SEMINARIO PRODUCTIVO-FORMATIVO "DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE: LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN ANDALUCÍA.

Durante los días 3 y 4 de Diciembre de 2009 celébranos el Seminario Productivo –Formativo "Desarrollo Local Sostenible: Las Industrias Culturales en Andalucía", como un punto de reflexión y final del camino del que había sido el año Europeo de la Creatividad y la Innovación que se había convocado por la Unión Europea en Marzo de 2008 y comenzado su andadura a principios de este año.

El Seminario partía de dos grandes necesidades en materia de formación en gestión cultural; que habían sido detectadas por la FAMP, en su trabajo con las diferentes administraciones locales en sus líneas de cultura: la primera está vinculada al campo de la gestión pública y la segunda al campo propiamente productivo. El campo de la gestión pública tiene perspectivas tanto a nivel local como internacional y la demanda es, realmente, alta. Lo mismo sucede en el terreno privado donde numerosos actores ven en la cultura una oportunidad de negocio y necesitan de herramientas para su desarrollo.

El Consejo Europeo había reconocido en repetidas ocasiones que la Innovación es fundamental para la capacidad de Europa de responder efectivamente a los desafíos y posibilidades de la globalización. En diciembre de 2006, por ejemplo, el Consejo observó que «Europa necesita un planteamiento estratégico para crear un entorno favorable a la innovación en el cual el conocimiento sea transformado en productos y servicios innovadores». La economía moderna,

Isabel Otero, Directora de ärea de Cultura Diputación de Sevilla; Leocadio Marin, Presidente de la Comisión de Cultura y Patrimonio Histórico de la FAMP y Alcalde de Baeza; Reyes Feito, Subdirectora General de Industrias Culturales, Ministerio de Cultura; Mª. Victoria Román González. Directora General de Universidades. Consejeria de Innovación Ciencia y Empresa. Junta de Andalucía, Victoria Guzman Gonzalez

al poner énfasis en añadir valor por medio de un mejor uso del conocimiento y la innovación rápida, requiere que se potencien las aptitudes creativas básicas de toda la población.

En el preámbulo de su Manifiesto, los embajadores europeos de la Creatividad y la Innovación, un total de 27, (de todos los ámbitos científicos y culturales) entre los que se encontraban los españoles Jordi Saval, Ferran Adría y Javier Mariscal; podíamos leer "Para poder avanzar, Europa debe incrementar la inversión, tanto pública como privada, en el conocimiento. Para avanzar sabiamente es preciso respetar la historia y el patrimonio cultural. Los nuevos

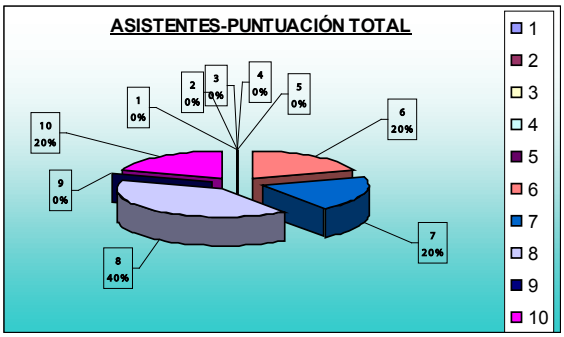
conocimientos se basan en el conocimiento histórico, y la mayor parte de las innovaciones son resultado de combinar lo que ya existe. La cultura, que respeta la memoria individual y colectiva, resulta esencial para no perder la orientación en estos tiempos de agitados cambios".

El mismo señalaba siete diferentes líneas de trabajo y programas de acción, en clara sintonía con los fines últimos de nuestro Seminario-Formativo; dichas líneas eran: a.- Fomentar un sector cultural sólido, independiente y diverso capaz de respaldar el diálogo intercultural y b.- Apoyar una innovación empresarial que contribuya a la prosperidad y la sostenibilidad.

En lo que respecta a los programas de acción, marcados en el manifiesto (apoyar la cultura, fomentar la innovación, y fomentar el pensamiento global) y en clara línea con el fin ultimo, u objetivo clave del año Europeo de la Creatividad y la Innovación "La creatividad y la innovación contribuyen a la prosperidad económica, así como al bienestar social e individual" fueron los pilares sobre los que se habia puesto en marcha el Seminario.

El Seminario, de carácter técnico y profesional, contó con una inscripción de sesenta personas y una media de asistencia a las sesiones de treinta y ocho. Se desarrollo una pequeña encuesta sobre su funcionamiento y la calificación de los asistentes, en su satisfacción general sobre el desarrollo del mismo fue de 7,8 sobre 10.

Para próximos seminarios de éste tipo consideran que se deben de completar con: más ejemplos de experiencias de industrias e iniciativas culturales públicas y privadas(buenas practicas); mayor difusión de las herramientas públicas al servicio de la cultura; presentación de proyectos de colaboración entre lo público y privado y la posibilidad, entre otras de realizar speedating para fomentar la colaboración entre el sector privado y el público de la cultura.



En lo que respecta a nuevas convocatorias de Seminarios, Cursos o Jornadas por parte de la FAMP, propusieron: Monográfico sobre Agendas 21 Local de la cultura; Encuentros de empresas del sector con los agentes municipales; Encuentros provinciales y autonómicos entre empresas privadas y el sector público; Jornadas de desarrollo de proyectos en coordinación de lo público y lo privado; Agentes Desarrollo Local

El Seminario se planteó como un pequeño foro de reflexión, entre profesionales, con la intención de clarificar cual puede ser el papel de la Administraciones publicas en el amplio campo de las Industrias Culturales; hay que considerar que el sector se mueve organizativamente en el frente de la economía privada, no obstante las, administraciones tienen un gran papel que desarrollar.

Se desarrollaron durante un par de jornadas y contaron con la asistencia

como ponentes de representantes de las administraciones publicas - con las visiones territoriales que hoy la distribución competencial en las materias de Cultura nos enmar-

can nuestros diferentes textos jurídicos de gran calado como, la propia Constitución o el Estatuto de Autonomía, es decir representantes de las administraciones locales, autonómicas y del gobierno central – dicha representación también se dio en dos niveles de clara intención formativa y proactiva, uno desde la difusión de las políticas a realizar y la intervención, que cada una de las administraciones invitadas, realiza en el sector de las IC desde sus particulares competencias y otro desde la óptica de las buenas practicas, uno de los métodos de aprendizaje más reconocido actualmente, ya que compatibiliza, de alguna manera, dos técnicas concretas de Management como es el método de El Caso y Bencmarking.

Como no podía ser de otra manera, además de las intervenciones de representantes de las distintas administraciones publicas se contó con la aportación de teóricos espe-

cializados en disciplinas que ayudan a conformar el imaginario formativo del sector de las industrias culturales IC, como son: la formación y consolidación de empresas culturales, el empleo cultural, la innovación, los clúster o los estudios, más o menos sistemáticos, que aporta la economía de la cultura en estos momentos.

El sistema de trabajo que se adoptó – mesas redondas y charlas magistrales marco – pretendía, y creemos que por la encuesta a la que nos referíamos anteriormente lo consiguió, combinar de forma amena y extensiva las diferentes realidades en la que se encuentra un sector como el de las IC que desarrolla su trabajo tanto en el concepto de el “servicio publico” como en el más “agresivo” de la industria de ocio o el entretenimiento, camino paralelo en muchos momentos al de la cultura pero que no tiene en su base la consideración de la misma como “bien público”

Sin animo de realizar unas memorias del seminario - imposible por otro lado dada la intención y extensión de un boletín informativo – reflejamos con algunas notas de diferentes ponentes, de ambos ámbitos, la potencialidad de sus intervenciones y el espectro en los que se mueven dichas industrias.

D. Joaquin Moreno
Profesor Titular de Tecnología Electrónica. Universidad de Cádiz

Empresas de base cultural y transferencia del Conocimiento: Experiencias en la Universidad de Cádiz

el conocimiento humanístico es ahora más importante que nunca…. porque los cambios tecnológicos que estamos viviendo no funcionarán si no hay un profundo conocimiento cultural detrás'

(Rosalind Williams, Directora del Programa de Ciencia, Tecnología y Sociedad del MIT)

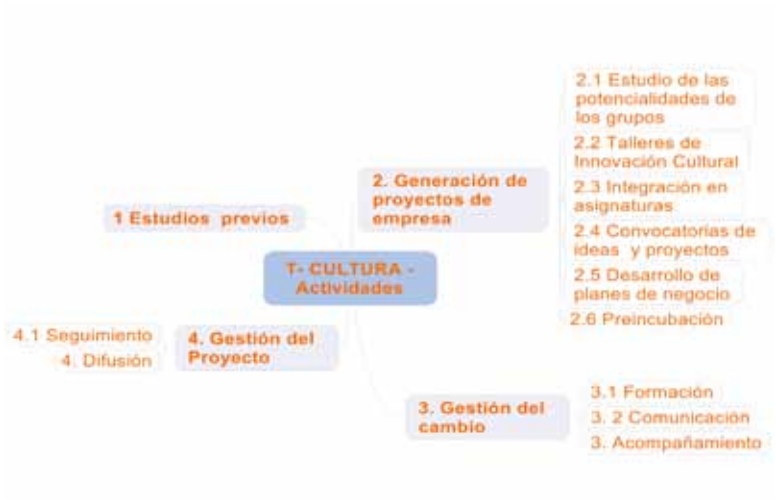
T-Cultura®

Tecnologías y Empresas de Base Cultural

UCA Universidad de Cádiz

Plan Nacional de I+D, (OTR 2006 -0101)

El Objetivo de T-Cultura es desarrollar en la Universidad de Cádiz la creación de empresas basadas en el conocimiento orientadas hacia el sector de la Industria Cultural y Creativa a través de la exploración de las posibilidades que ofrecen las tecnologías.



D. Pedro Lejere
Jefe de Servicio de Programas de Empleo, de la Dirección General de Autónomos.

Ocupaciones propias del sector cultural más demandadas en Andalucía (20 primeras)

Fotógrafo en general; Periodista; Empleado administrativo de archivos y/o bibliotecas; Ayudante. de biblioteca documentación; Técnico en audiovisuales (Imagen y Sonido) Músico instrumentista, en general; Operador de cámara (cine, televisión y/o video); Bibliotecario; Locutor de radio y televisión Actor/Actriz; Impresor de serigrafía; Redactor de prensa, radio y televisión; Artesano impresor; Encuadernador-restaurador artesanal; Trabajador de laboratorio fotográfico, en general; Técnico en equipos de grabación en sonido; Cantante de salas de fiestas o similares; Archivero; Documentalista; Conservador de museo y galerías de arte; Resto de ocupaciones

Alguna acciones de 2009

Escuela Taller "Tabernas de cine" en Tabernas (Almería).
Actividad: Escenografía, imagen y sonido, diseño y animación.

Taller de Empleo "Parque Arqueológico Cerro de Ceuta" San Fernando (Cádiz).
Actividad: Trabajos auxiliares de arqueología

Escuela Taller Obispado de Córdoba "Fernando III" en Córdoba
Actividad: Alfarería/cerámica , Mantenimiento Bienes Culturales Muebles , Maquetismo,

Taller de Empleo "Acción Comunitaria " en Motril Granada
Actividad: Animación Sociocultural

Taller de Empleo "El Caballo" en Paymogo (Huelva)
Actividad: Monitor de equitación y cuidado del caballo

Taller de Empleo "T.E. Pozo Alcón Festivo-navideño" en Pozo Alcón (Jaén)
Actividad: Artesanía en fibra vegetal

Taller de Empleo "la Romera" en comarca Montes- Alta Axarquía (Málaga).
Actividad: Diseño vestuario teatral y monitor senderismo

Dª Paula Rodriguez
Directora de Programas y Proyectos de Andalucía Emprende

Proyecto Lunar activa el primer programa de apoyo integral a emprendedores y proyectos empresariales que se

PROYECTO LUNAR

genera dentro de la Industria Creativo Cultural (ICC), impulsado en 2006 por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía.

¿ Dónde estamos actuando en 2009?

Proyecto Lunar actúa en la actualidad en los núcleos urbanos de Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Málaga y Sevilla. En agosto ha finalizado la fase I en Almería y Jaén.

RESULTADOS PROYECTO LUNAR NOVIEMBRE 2009

1.259 Proyectos adheridos.
359 Proyectos formados.
144 Empresas creadas.
293 Empleos generados.
150 Encuentros y Acciones de Promoción.

Surgen nuevas oportunidades ¿hacia dónde vamos?

El desarrollo de la Metodología nos abre nuevos campos:
Potenciamos la empleabilidad de los creadores: lo cual nos permite conectar a la clase creativa asociada a la cultura con todos los sectores del tejido productivo andaluz.
Esta nueva herramienta además de consolidar al sector creativo artístico, permite impulsar la creatividad en otros sectores productivos (Industria y Servicios)

Industrias culturales y clúster de excelencia urbana: oportunidades de innovación para una ciudad

Fernando de Yzaguirre,
Director Área Cultura Ayuntamiento de Alcobendas.

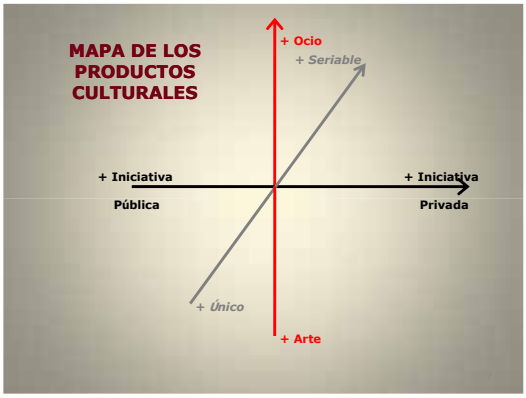
Las Industrias Culturales y nuestras ciudades

Las Industrias Culturales representan, o

pueden representar en estos momentos, una de las grandes posibilidades de desarrollo no solo de las ciudades, sino también de aquellos territorios que dotados de bienes culturales , empresas o servicios culturales, trabajen con cohesión, formando conglomerados de empresas que aprovechen sus mutuas sinergias.
Las IC son hoy uno de los ejes principales de crecimiento económico.
Las IC pueden ser factor clave de grandes proyectos de desarrollo y recuperación de áreas urbanas.
Los clúster de IC, son “clúster creativos”.

Clúster de excelencia urbana

En la corona metropolitana de Madrid, sólo existe un clúster de industrias culturales: la Ciudad de la Imagen en Pozuelo de Alarcón.
Pero existen muchos ejemplos de proyectos “críticos” relacionados con las Industrias Culturales.
Para realizar un acercamiento a las ciudades de la corona metropolitana de Madrid, nos apoyamos en la idea de los “clúster de excelencia”.
La Fundación Metrópoli aplica una metodología para identificar el “clúster de excelencia urbana”: un conjunto selectivo interrelacionado de componentes identificación de componentes de excelencia: elementos urbanos de todo tipo que pueden ser un elemento de éxito y crear ventajas competitivas.
El objetivo es definir un proyecto de futuro basado en las fortalezas de la



ciudad.

La Ciudad de la Imagen

Auténtico clúster del audiovisual., junto a la sede nueva de RTVE (50 hectáreas).

Arpegio, empresa pública. Periferia. Culturales: Parque Oeste Alcorcón; Parque Ciudad de la Imagen Warner Madrid; 1990 C.I. 2.000 M ptas.
24 empresas, 3.000 empleos.

Institucional: Telemadrid, Escuela de Formación de Técnicos Audiovisuales y Archivo de la Filmoteca Nacional.

Kinépolis: 25 salas de cine y 9.000 butacas.

D. Jose Sanchez Maldonado
Catedratico de Hacienda Publica
Universidad de Málaga.

Sectores que conforman la Cultura

Los economistas dedicados a la Economía de la Cultura tratan de indagar en el funcionamiento de la industria del arte y la cultura, del mismo modo que otros se especializan en el sector agroalimentario, la sanidad o la educación.
Y al igual que en estas otras disciplinas, se investigan cuestiones como el consumo, la producción, los mercados y el papel del sector público. Su rasgo más decisivo es que se aplica al estudio de un sector en expansión en nuestras sociedades, cada vez más proclives a demandar servicios recreativos y de ocio.

En 1982 y dada la creciente y masiva expansión del fenómeno, la UNESCO estableció que "existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural".

En los últimos años ésta preocupación ha aumentado hemos ampliado el campo hacia las llamadas Industrias Creativas

Efecto socioeconómico cuantificable del sector cultural y creativo (UE30)

CIFRA DE NEGOCIO ➢➢➢

El sector facturó más de € 654.000 millones en 2003.

La facturación de la industria automovilística (1) fue de € 271.000 millones en 2001 y la generada por las empresas de TIC fue de € 541.000 millones en 2003 (cifras de UE-15) (2).

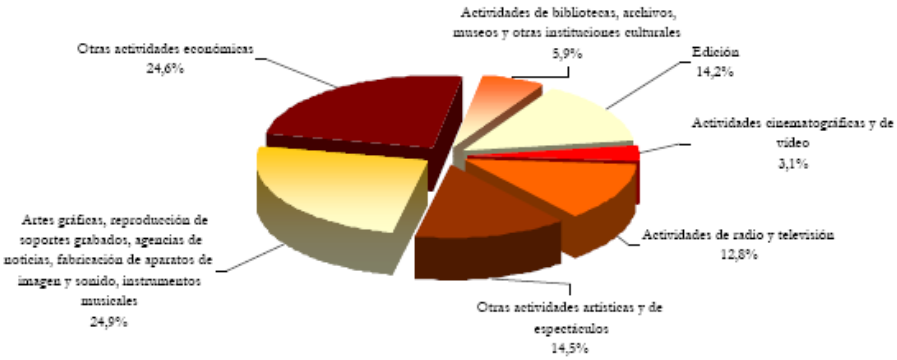
VALOR AÑADIDO AL PIB DE LA UE ➢➢➢

El sector contribuyó en un 2,6% al PIB de la UE en 2003.

Ese mismo año:

- Las actividades inmobiliarias contribuyeron en un 2,1% al PIB de la UE
- El sector de alimentación y bebidas contribuyó en un 1,9% al PIB de la UE
- La contribución de la industria textil al PIB de la UE fue del 0,5%
- El sector de productos químicos, caucho y plásticos contribuyó en un 2,3% al PIB de la UE (3)

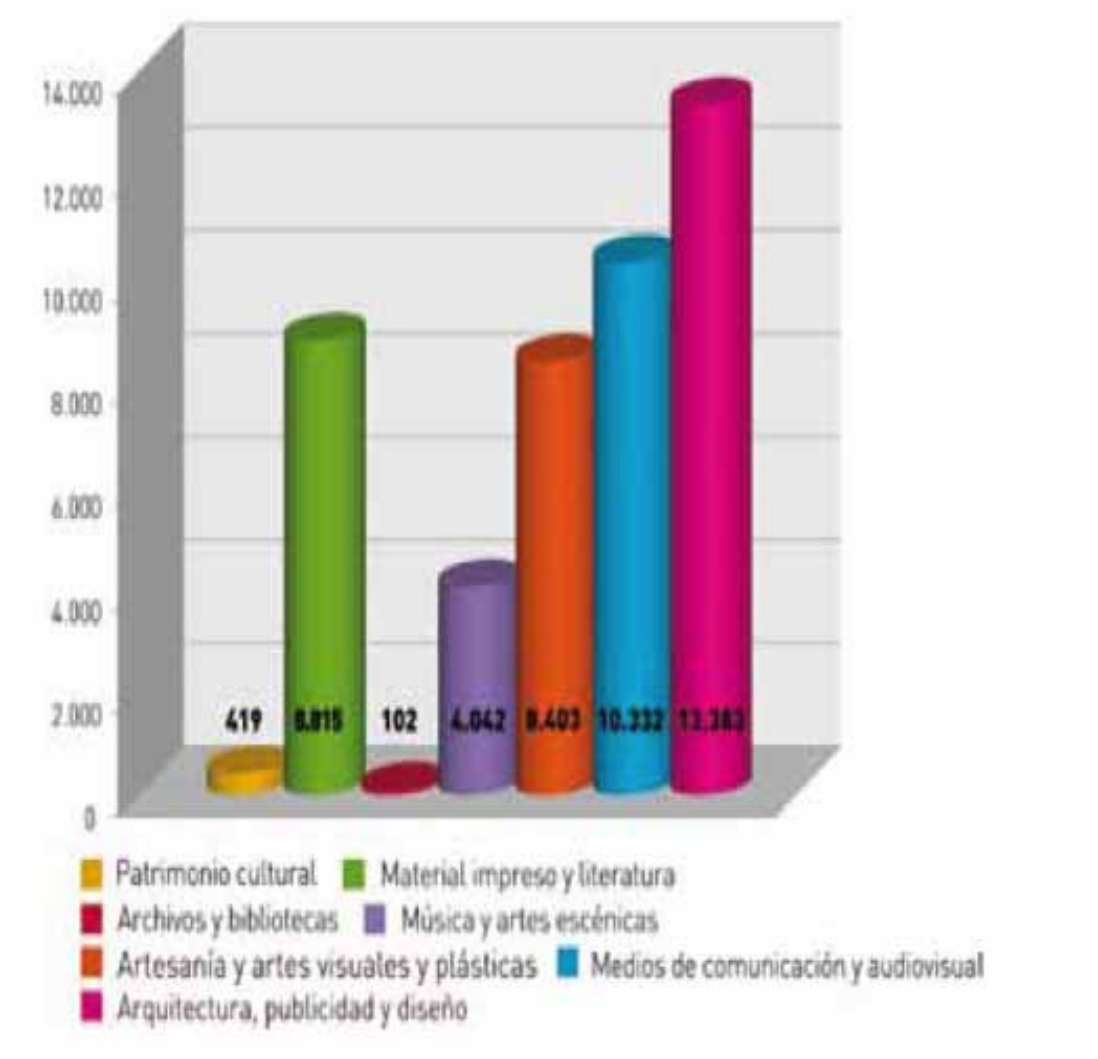
Empleo cultural por actividades económicas. 2006



Fuente : Valor Económico de la Cultura en España – Ministerio de Cultura

cuentasatélite
delaCULTURAenANDALUCÍA
PRINCIPALES RESULTADOS 2005

El sector cultural en Andalucía está constituido por 45.496 empresas culturales que representan el 9% de las empresas con actividad en Andalucía



Puestos de trabajo en Andalucía.

	Asalariados		No asalariados		Total de puestos de trabajo
	Nº	%	Nº	%	
Sector cultural	88.462	77,8	25.267	22,2	113.729
Total Andalucía*	2.614.173	84,6	476.918	15,4	3.091.091
% del sector cultural	3,4		5,3		3,7

* FUENTE: Marco Input-Output de Andalucía 2005. Instituto de Estadística de Andalucía.

DATOS SECTORIALES					
Datos	2007	2006	2005	2004	2003
Nº empresas con actividad económica cultural	67.115	63.004	60.569	59.401	56.037
Empleo Cultural – Total ocupados *(miles)*	556,6	544,0	514,2	499,5	456,3
Financiación y Gasto Público en Cultura *(mill. €)*					
Administración General del Estado	-	880	784	750	795
Administración Autonómica	-	1.807	1.466	1.329	1.218
Administración Local	-	3.245	2.895	2.674	2.646
Gasto de Consumo Cultural de los Hogares					
Gasto Total *(mill. €)*	-	14.590	13.316	11.913	10.561
Gasto Medio por Persona *(€)*	-	333	309	281	253

Fuente: Ministerio de Cultura: "Anuario de Estadísticas Culturales 2008"

En términos de valor añadido bruto el sector cultural en Andalucía aporta el 3,3 del total generado por la economía andaluza siendo muy similar la representación del sector cultural en términos de producción y de empleo 3,7

En términos generales, las actividades de ámbito cultural llevadas a cabo por las administraciones publicas representan el 7% del total del VAB generado por el sector de la cultura y un porcentaje similar en términos de empleo

.

ETNOSUR[1]

Esta es la historia de un sueño, de una aventura. Eso que uno imagina muchas veces a lo largo del tiempo, lo piensa e idealiza, lo teje y desteje con la seguridad de que muy difícilmente será posible. ¡Pero qué bonito sueño! ¿Será verdad eso de que cuando uno piensa y desea algo de corazón, se hace realidad?

Pues sí. Fue hacia el verano del 96. "Una casual conversación, en el lugar y con los oyentes adecuados, desencadenó una serie de causalidades que nos llevaron hasta Alcalá la Real. Allí encontramos a la persona que creyó y apoyó el nacimiento del festival. Era el alcalde, Juan Rafael Canovaca, que escuchó, meditó y, algún tiempo después, nos dijo que adelante […] El Festival Etnosur se caracteriza por considerar que valores como la diversidad cultural, la integración y el respeto entre las personas, son esenciales dentro del desarrollo del ser humano. Partiendo de esta premisa, el festival programa cada año, todo tipo de manifestaciones artísticas (música, circo, cuentacuentos, etc.) y educativas (charlas y talleres para acercar al pueblo de Alcalá la Real una pequeña muestra de lo que se realiza en el mundo […] Salir al mundo sin salir de Alcalá" (Pedro Melguizo, Director del Festival)

El viernes 18 de julio de 1997, con una mesa redonda sobre Derechos humanos y racismo, comenzó el primer Etnosur, celebrado prácticamente en el centro del pueblo. El cierre lo puso el maestro Djavan el domingo 20. Ya entonces tuvieron lugar los primeros espectáculos infantiles, los talleres, la artesanía, las comidas… y empezó a crearse la familia Etnosur. Con los habitantes de Alcalá la Real y con aquellos que -por entonces poquitos- descubrieron un agradable lugar de encuentro y de aprendizaje en el corazón de Andalucía.

En Julio de este año Rafael Hinojosa, Concejal de Cultura de Alcalá la Real, al presentar a los medios de comunicación la XIII edición del Festival decía "Me parece que es un sociólogo de la Cultura, el que dice que cuando un evento cultural festivo, cultural festivo al mismo tiempo, a partir de los diez años se convierte en lo que ellos llaman clasicismo sistemático y a la palabra clasicismo le quitan todas las connotaciones que tiene académicas y excesivamente formales

[1] Patrocinadores: Ayuntamiento de Alcalá la Real; Junta de Andalucía, Instituto Andaluz de la Juventud, Consejería de Cultura, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social; Parlamento de Andalucía; Diputacion provincial de Jaén; Caja de Jaén; Caja Granada; Fundación tres culturas; Universidad Internacional de Andalucía; Fundación Cruzcampo. Colaboradores: Diario Ideal; Universidad de Jaén; Radio3; Cruzcampo; Cocacola; Café bar Casablanca; Womex

y lo definen como algo que ya está definido y reconocido y efectivamente yo creo que el fenómeno Etnosur le viene de perlas esta consideración de los sociólogos de la cultura. No estamos ya en los primeros tiempos, en que la expectativa de Etnosur era 'a ver que pasa', 'esto que será' , a ver cómo sale, no, aquí ya no hay sorpresas. Etnosur es un fenómeno festivo cultural, clásico en el sentido de que tiene ya características propias que lo definen y puede ser reconocido. Ya no hay sorpresas porque sabemos de la calidad, sabemos de la multiforma de presentar la cultura a través de toda la interdisciplinaridad, la interculturalidad, el exotismo mezclado con el sabor, con el vestuario, con los olores, con el ambiente, con los bailes, con los movimientos, con los foros. Todo eso es Etnosur y en ese cosmomundo, en ese macroespectáculo que todo él está impregnado de un fuerte sabor cultural, creo que es lo que decimos realmente"

No se diseñó para un público concreto, lo que sí que se hizo fue plantear su expansión y el conocimiento del festival en círculos casi concéntricos: primero el público de Alcalá la Real, después la provincia, Andalucía, España y actualmente, gracias a su presencia en ferias e Internet, en muchos lugares del mundo […] El festival se hace gratuito para integrar a la población con los visitantes, para que todo tipo de público pudiera convivir, aprender y disfrutar del festival […] No es un festival con cabezas de cartel. A lo largo de las distintas ediciones se ha programado intentando lograr la mayor representatividad internacional, combinando la presencia de profesionales consagrados con valores jóvenes, propiciando incluso el nacimiento o desarrollo de nuevas compañías. El festival se ha convertido en plataforma de lanzamiento

de muchos grupos. (Pilar Blanco Benitez[2]). El periodista del Ideal, desde sus paginas, Santiago del Campo nos decía en los previos que se esperaban más de 30.000 visitantes y una programación con mas de 100 actividades en los tres días que dura el Festival al acabar el mismo constataba, en el mismo medio el día 22 de Julio, que después de la tempestad viene la calma y que habia habido cerca de 40.000 visitantes y no se había notado la crisis. Rafael Romero, alcalde accidental, en la hora de los balances manifestaba que «un año más Etnosur se ha caracterizado por la convivencia pacífica, la diversión y la normalidad. Por lo tanto debo mostrar la satisfacción del Ayuntamiento por una edición más en la que han vuelto a funcionar los dispositivos preparados» y el concejal de Cultura, Rafael Hinojosa " los objetivos se han conseguido claramente: la integración de los visitantes, la aceptación de los alcalaínos y la promoción de la ciudad (cobertura informativa buena), la inyección económica y el espectáculo cultural".

Rafael Hinojosa
Concejal de Cultura, Ayuntamiento de Alcalá la Real.

[2] Tesina de validación del Master de Gestión Cultural de la Universidad Complutense de Madrid

PERIFÉRICOS

Arte contemporáneo en la Provincia de Córdoba

La era global ha relativizado el concepto de periferia. Lo periférico, lo alejado del mundanal ruido, lo que se ubica en los márgenes de los modelos establecidos, lo que se extiende fuera de los centros neurálgicos… todo ello ha adquirido hoy una nueva consideración. Han contribuido a ello factores como el acceso a la información a través de las nuevas tecnologías, la rapidez en los desplazamientos gracias a las mejoras viarias, o la proyección de lo rural como patrimonio natural y cultural. Como resultado, aparece la consideración de que el arte contemporáneo no tiene por qué ser sólo para los habitantes de las grandes urbes, sino que muy al contrario, los pueblos pueden poseer muchos de los ingredientes beneficiosos para la creación, para la reflexión sosegada y para la gestión de eventos de este tipo.

Este fenómeno se da con especial énfasis en la provincia de Córdoba, donde han germinado y se han consolidado, en los últimos 14 años, cinco propuestas - en cinco municipios diferentes en cuanto a población y situación geográfica - de amplio calado en el panorama artístico español, asumiendo posturas de riesgo, diversas e innovadoras. A lo largo de cada año, un rosario

de exposiciones, intervenciones en el paisaje natural y urbano, acciones performáticas de todo tipo, experimentaciones sonoras, adquisiciones de obra, actividades didácticas, talleres y conferencias, dan cuenta de una atenta mirada hacia el panorama creativo actual:

APTITUDES en La Rambla. Es hoy en día un catalizador de las diversas experiencias culturales impulsando la participación ciudadana y la sensibilización hacia la cultura contemporánea. Entre sus actividades se encuentran un certamen de cortometrajes en internet, un ciclo de actuaciones musicales por mujeres, pasacalles , sesiones de radio de autor, intervenciones fotográficas en vallas publicitarias y talleres de creación digital.

DMENCIA en Doña Mencía. Es una de las muestras veteranas de la creación actual en la provincia, con una amplia incidencia en el panorama nacional. Un jurado conformado por artistas plásticos, críticos de arte y gestores culturales ha seleccionado para la temporada 2009-10 un total de 7 exposiciones a exponer en una sala de exposiciones concebida como laboratorio de creación y observatorio de tendencias.

SCARPIA en El Carpio. Proyecto que se concibe como talleres de creación, conferencias de artistas, intervenciones en el paisaje natural y urbano, en torno a un núcleo conceptual que este año está dedicado al turismo.

SENSXPERIMENT en Lucena. Es un encuentro trianual donde la inmersión sensorial, especialmente física e inmediata, interdisciplinar, multisensorial y sinestésica son los ejes en los que se mueve este proyecto con especial sensibilidad hacia el arte sonoro.

EL VUELO DE HYPNOS en Almedinilla (Villa Romana del Ruedo). En este yacimiento se encontró una estatua de bronce del dios Hypnos (Somnus), dios del sueño vinculado iconográficamente a la noche, la muerte, la memoria y la flor de adormidera. Elementos que constituyen el nexo conceptual de un proyecto de diálogo entre arte contemporáneo y patrimonio histórico.

La fundación provincial de artes plásticas “Rafael Botí”, de la Diputación de Córdoba, que largamente viene apoyando la realización de estos proyectos junto con los respectivos ayuntamientos, dado su singular interés ha pretendido coordinar ideas y aunar esfuerzos a través de una convocatoria simultánea de los cinco proyectos denominados en su conjunto Periféricos. Esta iniciativa pretende potencir la candidatura de Córdoba como Ciudad Europea de la Cultura en 2016, al promover las rutas culturales por la provincia, la participación ciudadana un desarrollo sostenible y el diálogo intercultural.

Para 2010 están previstas diversas actividades coordinadas, como una exposición en la sala Puerta Nueva de la ciudad de Córdoba, con una selección de obras ya expuestas en los diferentes certámenes a lo largo de este año y documentación de intervenciones en los cinco proyectos de

la provincia. Además, se están produciendo dos audiovisuales (uno retrospectivo y otro que actúe como crónica de lo sucedido en los diferentes municipios en 2009) y la edición de una guía de los proyectos de arte contemporáneo en la provincia.

D. José Mariscal Campos
Diputado de Cultura y Vicepresidente de la Fundación Botí
Diputación de Córdoba

GUÍAS FAMP DE EVALUACIÓN DE SERVICIOS y POLÍTICAS CULTURALES MUNICIPALES

La iniciativa, absolutamente inédita, de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias y la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía y, que en 2009 ha sido publicada y distribuida en Andalucía, con el apoyo de las ocho diputaciones provinciales andaluzas posibilita que vean la luz dos guías que pueden tener una lectura independiente pero que vistas en su conjunto, sin duda, conforman un camino que tomar en el ámbito de la gestión cultural de los municipios´

Las Guías FAMP son, de hecho, dos guías independientes:

Guía FAMP de la evaluación institucional de políticas culturales municipales: diseñada para evaluar una política cultural de un municipio en un período de tiempo considerable (al menos 10 años) y teniendo en cuenta a todos los agentes que interviene en la misma. Se plantea como una guía breve y especialmente pensada para los responsables de las políticas culturales (Alcaldes, Concejales y responsables técnicos)

Guía FAMP de la evaluación de los

Servicios Culturales municipales (MODELO EFQM): diseñada para evaluar las prácticas de un servicio cultural municipal concreto (concejalía de cultura) de forma que a partir del mismo inicie un proceso de mejora continuo. Se estructura como una guía muy exhaustiva (la fundamentación y los materiales auxiliares de trabajo son amplísimos) pero al mismo tiempo muy práctica en cuanto al despliegue de la evaluación en un servicio cultural concreto. Esta Guía está especialmente diseñada para los trabajadores municipales de la cultura. En ambos casos la apuesta de la FAMP y de las instituciones promotoras es singular ya que en lugar de aportar las clásicas guías en las que se ofrecen una "caja de herramientas" perfecta con todas las posibles metodologías (todos los caminos) se opta por apostar por un modelo concreto para cada ámbito: el modelo de la evaluación institucional para evaluar una política cultural y el complejo modelo de calidad EFQM (European Foundation for Quality Management) para evaluar y mejorar la gestión de nuestras concejalías de cultura.
Y es que, en el caso de las Guías FAMP, el camino que tomar y el sitio al que llegar era lo más importante.

Estas guías están disponibles en formato electrónico y pueden descargarse desde el Observatorio de la Cultura Local en la página Web de la FAMP (http://www.famp.es).

El Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya y la FAMP: una alianza natural de Conocimiento

Se atribuye a Marx, Karl no Grouxo, la sentencia de que "la Humanidad sólo se plantea, en cada momento, aquellas preguntas que es capaz de responder"

2010 va a ser el año en el que el Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya que financia la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía (el Observatorio Cultural de las políticas culturales que implementan las diez universidades andaluzas) entre en estrecha colaboración con el recién creado, por la FAMP, Observatorio de la Cultura Local de Andalucía.

El Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya es una iniciativa surgida en el año 2006 y que cuenta, tras cuatro años de trayectoria, con 38 productos (http://www.uca.es/web/actividades/atalaya) que analizan y generan prospectiva sobre lo que las Universidades Andaluzas están haciendo en materia de cultura. El Observatorio tiene entre sus proyectos más singulares:

www.diezencultura.es: la web que da visibilidad a las actividades culturales y de extensión universitaria de las diez universidades andaluzas.

www.usosculturalesuniversidadesandaluzas.es/ : la web que muestra este novedoso trabajo de análisis de los usos, hábitos y demandas culturales de las universidades andaluzas.

La transferencia de conocimientos y herramientas que el Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya realizó en 2008 al Observatorio Cultural de la Provincia de Cuenca hizo que la FAMP propusiera a la Consejería de Innovación la necesidad de acuerdos similares en el ámbito de las políticas locales en Andalucía.

Por ello 2010 será el año en que se iniciarán estos procesos de transferencia de conocimiento y herramientas desde Atalaya hacia la FAMP en temas concretos, entre otros, como una web que dé visibilidad a las actividades culturales de los municipios andaluces o en el despliegue de dossier metodológicos para los gestores culturales municipales. En sentido contrario las universidades andaluzas se acercan a territorios, los de la política cultural municipal, hasta ahora explorados de manera discontinua.

Parece pues, esta alianza, una alianza natural de Conocimiento.

HOJA DE RUTA LOCAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN ANDALUCÍA

La Cultura en la actualidad se ha ampliado más allá de sus valores ideológicos, estéticos y de conservación de la memoria de las comunidades. En la actualidad se presta cada vez mayor atención a su dimensión económica. Ello significa que, sin desdeñar su importante valor de construcción de símbolos, se aprecia su valor alternativo como generadora de riqueza material y lo que de ello se deduce en términos de calidad de vida, empleo y cohesión social. La Hoja de Ruta Local de las Industrias Culturales en Andalucía no se centra en los aspectos de la Cultura como patrimonio, derecho de la ciudadanía y creatividad. Sin embargo es a partir de estos principios que desarrolla una importante capacidad económica y de pilar en el desarrollo territorial. Al día de hoy podemos afirmar que las Políticas Culturales desbordan su concepción tradicional (Patrimonio, Difusión Artística y Promoción Sociocultural) en una transversalidad que las hacen coprotagonistas y aliadas imprescindibles de otras políticas públicas (Turismo, Fomento, Bienestar Social, Planificación territorial y urbanística, etc.). Los conceptos de Economía y Cultura hace tiempo que dejaron de ser opuestos o pretendidamente excluyentes para pasar a ser complementarios. En ese sentido, y en el marco más amplio de estrategias de modernización y fomento del sector cultural, se propone la Hoja de Ruta Local de las Industrias Culturales en Andalucía.

La Hoja de Ruta Local de las Industrias Culturales en Andalucía es un procedimiento de actuación que trata de simplificar, esquematizar y marcar las rutinas básicas que permitan, con eficiencia y eficacia en la gestión, a las entidades locales poner en marcha políticas de promoción y fomento de la Cultura como sector importante e innovador de la economía en las sociedades avanzadas y de servicios de calidad. Como procedimiento de actuación la Hoja de Ruta es un documento de inspiración claramente estratégica. Porque sólo pensando en términos de medio y largo plazo se pueden implementar políticas que desarrollen un tejido sólido y sostenible de industrias culturales. Y además, en el marco de una sociedad democrática, es un proceso que deberá tener carácter no jerárquico y de reparto del protagonismo entre los agentes interesados.

En la Hoja de Ruta Local de las Industrias Culturales en Andalucía se contemplan las siguientes fases de actuación:

I.- Diagnóstico.

II.- Posicionamiento Estratégico.

III.- Plan de Actuación.

IV.- Evaluación y Seguimiento.

Igualmente, en cada una de las fases, se han de considerar, identificar y/o favorecer la intervención de:

1.- Agentes.

2.- Decisiones.

3.- Documentos y/o herramientas metodológicas.

4.- Trama de Relaciones.

5.- Indicadores.

I.- Diagnóstico. Investigación metódica, clasificación y análisis de la situación de partida de las Industrias Culturales en el territorio, en el ámbito local.

1.- Agentes. Institucionales públicos, privados, sociales, culturales y empresariales.

2.- Decisiones. Proyecto de diagnóstico, Impulso político institucional municipal, comunicación a los agentes interesados.

3.- Documentos y/o herramientas metodológicas. Planificación territorial, proyectos culturales en marcha, censos y catálogos de empresas culturales, Mapeo cultural del territorio, encuestas de hábitos y consumo cultural. Mesas y espacios de discusión, reflexión y debate. Observación y análisis de Buenas Prácticas.

4.- Trama de Relaciones. Del Ayuntamiento con las restantes administraciones. Canales de comunicación y cooperación (formales e informales) con los restantes agentes.

5.- Indicadores. Deficits de servicios culturales, mapa de competidores (territoriales, regionales y globales), desagregación de estadísticas nacionales y regionales, Cualificación de las industrias culturales existentes en el territorio.

II.- Posicionamiento Estratégico. Del resultado del Diagnóstico se obtiene un posicionamiento tanto del territorio como de su tejido de industrias culturales en su entorno inmediato, a nivel regional, nacional y global si fuera posible y necesario.

1.- Agentes. Idem de la fase anterior.

2.- Decisiones. La orientación general de las políticas a seguir en el sector cultural, en sus aspectos económicos y en sus relaciones con las restantes políticas públicas. Fijación de los Objetivos Principales. Identificación de alternativas, Evaluación de alternativas, Elección de alternativas.

3.- Documentos y herramientas metodológicas. Grupos de discusión. DAFO. Focus Groups. Asesorías profesionales externas.

4.- Trama de Relaciones. Las relacionadas con la comunicación de los trabajos tanto a nivel interno de la corporación como hacia el exterior.

5.- Indicadores. Nivel de concreción y comprensión de los objetivos. Consenso generado en torno a los objetivos.

III.- Plan de Actuación. Formulación de un Plan de Actuación. Detallado, dotado de recursos y con un calendario concreto de ejecución.

1.- Agentes. Corporación Local. Asesorías externas. Agentes empresariales del sector cultural. Agentes Creativos y sociales.

2.- Decisiones. Modelo de gestión. Dotación de recursos. Alianzas estratégicas.

3.- Documentos y/o herramientas metodológicas. Plan de comunicación. Plan Presupuestario. Plan de implementación. Previsión de mecanismos de corrección. Sistema de Indicadores para las Industrias Culturales.

4.- Trama de Relaciones. En un marco formal de comunicación y toma de decisiones entre el ente local impulsor y los agentes culturales protagonistas.

5.- Indicadores. Elaboración de un Sistema Local de Indicadores de las Industrias Culturales (Coordinado con los sistemas estadísticos nacionales y autonómico)

IV.- Evaluación y Seguimiento.

1.- Agentes. Institucionales (Públicos y Privados). Mesa de Seguimiento de la Hoja de Ruta (carácter mixto público, privado y asociativo).

2.- Decisiones. Análisis de la aplicación de la Hoja de Ruta en un contexto cambiante. Aplicación de los proyectos definidos en la Hoja de Ruta y/o la redimensión y adaptación de los mismos.

3.- Documentos y/o herramientas metodológicas. Comisión de Seguimiento del Plan. Herramientas de Gestión, control presupuestario, evaluación de procesos e impactos.

4.- Trama de Relaciones. Canalizadas a través de la Mesa de Seguimiento de la Hoja de Ruta.

5.- Indicadores. Aplicación del Sistema Local de Indicadores de las Industrias Culturales.

La Hoja de Ruta Local de las Industrias Culturales en Andalucía es en si misma una herramienta de carácter político y técnico a la par, por ello exige los siguientes acuerdos básicos:

1º.- Consenso amplio en el plano político.

2º.- Aprobación por los Órganos de Gobierno de la Entidad Local.

3º.- Niveles altos de consenso con los agentes sociales, culturales y económicos.

4º.- Transparencia en el modelo de gestión de la Hoja de Ruta.

5º.- Un esfuerzo permanente y sostenido de capacitación técnica.

Uno de los elementos fundamentales para la fijación de la Hoja de Ruta Local de las Industrias Culturales en Andalucía, es el nombramiento y puesta en marcha del grupo técnico de Cultura de la FAMP, que sea el soporte cualificado de los responsables e Cultura de la Federación y hagan llegar directamente las realidades de las diferentes administraciones locales.

e-guía

Municipal

Industrias Culturales de Andalucía

FEDERACIÓN ANDALUZA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE CULTURA